

INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN EN LOS NUEVOS TERRITORIOS DIGITALES

INVESTIGATION AND FORMATION IN COMMUNICATION IN THE NEW DIGITAL TERRITORIES

Por **Martín González Frígoli**

mgfrigoli@gmail.com

orcid.org/0000-0002-6411-5013

Bianca Racioppe

bianca_racioppe@yahoo.com.ar

orcid.org/0000-0002-0670-3300

RECIBIDO 09-08-2015

ACEPTADO 16-10-2015

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

RESUMEN

Este artículo problematiza a las tecnologías digitales en vínculo con las políticas públicas e introduce la perspectiva de la Especialización en Comunicación Digital, carrera de posgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. En un contexto que se ve cotidianamente transformado en los modos de estar y de representarnos el mundo (Mata, 1999) a partir de la digitalización de los bienes simbólicos, la Especialización pretende contribuir a una reflexión crítica acerca de los nuevos escenarios por los que transitamos. Con la propuesta de entender a las tecnologías desde el proceso histórico, y de poner en tensión algunos preconceptos acerca de las tecnologías, el rol del Estado aparece como impulsor de políticas que conducen a una Soberanía Tecnológica y Digital.

PALABRAS CLAVE

comunicación, tecnologías,
universidad, políticas públicas

ABSTRACT

This article problematizes the digital technologies in connection with public policies and introduces the perspective of the Specialization in Digital Communication, one postgraduate career at the Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. In a context in which the ways of living and representing the world (Mata, 1999) are daily transformed by the digitization of symbolic goods, the Specialization intended to contribute to a critical reflection about the new scenarios in which we circulate. Understanding technologies in the historical process, when we refuse some preconceptions about the technologies, the role of the State appears as a promoter of policies that lead to a Technological and Digital Sovereignty.

KEYWORDS

communication, technologies,
university, public policies



INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN EN LOS NUEVOS TERRITORIOS DIGITALES LO TECNOLÓGICO, LOS CONSUMOS Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Por **Martín González Frígoli y Bianca Racioppe**

En este artículo nos proponemos pensar la articulación entre las ciencias sociales, la comunicación y la política desde una perspectiva que incluya a lo que ha sido llamado «culturas digitales»; es decir, los nuevos escenarios tecnológicos que transforman nuestras prácticas, nuestras rutinas, nuestras maneras de pensar y de representarnos el mundo (Mata, 1999). En este contexto de transformaciones, las ciencias sociales y las políticas públicas no pueden pensarse sin entrar en vínculo con las tecnologías digitales y con Internet. Este, no tan nuevo, objeto de estudio viene a disputar el campo de investigación y propone desafíos teóricos y metodológicos. Más allá de que las investigaciones aborden o no una problemática vinculada a las culturas digitales, cualquier área de conocimiento está, en la actualidad, atravesada por las *nuevas* lógicas de acceso a los datos, a las fuentes, a la bibliografía, incluso las *nuevas* formas de publicación en abierto que posibilitan las plataformas *online*.

Los modos en los que los saberes circulan, se comparten y se legitiman se ven trastocados, mutados, en términos de Alessandro Baricco (2011), a partir de los escenarios digitales. Wikipedia es un claro ejemplo de estos otros modos de construir los saberes: una plataforma de creación colaborativa, consultada en su versión en español por 31 millones de personas al día, se ha convertido en una enciclopedia de referencia que es actualizada, constantemente, por sus propios usuarios. Wikipedia da cuenta de que los saberes no son exclusividad de grupos de eruditos, sino que «todo lo que sabemos, lo sabemos entre todos» (Martín-Barbero, 2009: en línea).

Esta enciclopedia *libre*, sin embargo, sigue siendo resistida en las citas, en las referencias, en el discurso docente, al señalarse como un lugar *no legítimo* para la búsqueda de datos. Prevalce la desconfianza con aquello que se presenta como abierto, como colaborativo y que, por lo tanto, rompe con los modos jerárquicos e individualizantes y con las lógicas autorales que se establecieron durante la modernidad ilustrada acerca de quién tiene derecho a hablar (Foucault, 1979, 1999).

Frente a estos *nuevos* escenarios los *modos de hacer* científicos se ven transformados: desde la etnografía virtual que propone Christine Hine (2004) hasta la biblioteca fragmentada que Google pone a disposición para que se pueda trabajar desgastando «el tapiz de sus sillas» (Hine, 2004: 60). ¿Qué pasa con el investigador en ciencias sociales en estos contextos?, ¿qué pasa con las fuentes?, ¿qué pasa con el territorio?

Hine ha planteado que esta idea de *ir al campo* puede verse transformada en un hacer que el campo *venga a nosotros*; pero esto va a depender, también, de aquellos temas / problemas que abordemos. Los escenarios digitales, el territorio de Internet, no viene a sustituir el territorio geográficamente situado, la etnografía virtual no reemplaza al contacto cara a cara, a lo que implica *poner el cuerpo*. Ambas lógicas conviven, se yuxtaponen, se imbrican. Es claro que habitamos múltiples territorios y que construimos saberes a partir de conexiones y de hipervínculos que hacemos entre espacios diversos, eclécticos. El investigador en ciencias sociales debe conciliar, y a la vez tensionar, esos territorios, debe habitar en ellos, investigarlos y recorrerlos sin prejuicios de validez o de legitimidades. Después de todo, como señalaba Héctor Schmucler en los setenta:

Sólo es «científico», elaborador de una verdad, un método que surja de una situación histórico política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social en las que se pretende inscribirlas. Lo contrario, la consideración política de la «práctica científica» como fenómenos paralelos (es decir, separados), concluye —como paralelas euclidianas— sin que jamás una roce a la otra. Mientras, cada una de esas llamadas prácticas establecen ciencias y políticas en las que, necesariamente, se confunden. Dicho sin metáfora geométrica: le guste o no al científico, siempre su ciencia se vincula a una política. Y lo quiera o no, toda política condiciona una ciencia (1997: 133).

Ciencia y política no pueden pensarse separadas, se interdeterminan, se relacionan. Tampoco puede pensarse en la construcción de un saber científico desvinculado de los contextos. Por eso, la necesidad de la universidad pública de problematizar las culturas digitales, de formar comunicadores / investigadores con competencias en estos *nuevos* saberes, en estas *nuevas* metodologías y epistemologías. En este marco se pensó la creación de una carrera de posgrado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social: la Especialización en Comunicación Digital dictada por una Facultad pública y que problematiza las tecnologías no desde la técnica, sino desde la reflexión compleja acerca de los nuevos escenarios tecnológicos.

[La carrera] se propone pensar la especificidad del campo de la comunicación digital desde una perspectiva teórico-crítica, a partir de contenidos que tienen como objetivos: identificar la construcción de nuevas subjetividades en torno a las tecnologías; deconstruir las transformaciones culturales presentes en los consumos; promover y fortalecer dinámicas y estrategias de gestión de la comunicación digital en organizaciones; construir marcos teóricos propios que permitan la profundización de la investigación social en tecnologías de la comunicación y abordar el análisis crítico de discursos (Proyecto de creación de la Especialización en Comunicación Digital, 2014: 17).

LA PROPUESTA DESDE CULTURAS DIGITALES

Jorge González habla de Ciberkultur@s, entendiéndolas como «la capacidad emergente para dirigir y para coordinar el movimiento de colectivos sociales utilizando la información, el conocimiento y la comunicación potenciados por las tecnologías» (2007: 74).

Es decir que las *ciber* culturas implican la potenciación de lazos, de saberes y de conocimientos que existían previamente, pero que en los actuales contextos tecnológicos cambian de dinámicas. Si partimos de entender la cultura desde un concepto amplio que la piensa en las prácticas, en las acciones, en las instituciones, en las relaciones de poder, en los entramados de sentido (Williams, [1976] 2003), el adjetivo «digitales» viene, simplemente, a señalar un contexto, a señalar un pasaje en los modos de estar y de representarnos el mundo,

[una] alteración sustantiva que producirían las tecnologías y los medios de producción y de distribución de información en dos órdenes que, convergentes, no pueden confundirse; el de las prácticas sociales y el de su representación (Mata, 1999: 86).

El adjetivo «digital», entonces, sirve en tanto aclaración de estas otras formas, de estos otros territorios por los que circulamos. Lo digital designa aquello que no tiene una materialidad concreta, en el sentido en el que estamos acostumbrados a pensar la materialidad. Lo digital opuesto a lo analógico; los 0 y 1 del código binario en el que se escribe el mundo de lo *online* y que separa la comunicación del transporte físico. Aunque nada nunca es totalmente novedoso, ya que con el telégrafo se había logrado también esta separación (Thompson, 1998). Sin embargo, según Carlos Scolari el adjetivo «digital» tiene los días contados:

[porque] cada vez dice menos. La digitalización es fundamental porque permitió el nacimiento de las nuevas formas de comunicación, pero desde el momento en el que todo el proceso de producción y los textos creados se digitalizan, es probable que esta característica desaparezca del discurso (no sólo teórico) porque no servirá para identificar a un producto o a un medio en particular. Lo digital es, sin duda, un elemento básico de los nuevos medios, pero desde una perspectiva teórica aporta poco a la caracterización de las nuevas formas de comunicación (2008: 82-83).

La idea que sostiene Scolari es que lo digital dejará de ser, en el corto plazo, una característica diferenciadora porque todo tiende a la digitalización y, en ese momento, perderá sentido. Mientras tanto, veamos qué implica esta digitalización: «Un elemento básico de los nuevos medios», subraya el autor (Scolari, 2008: 73). Así como la imprenta permitió la reproducción en serie, la digitalización permite la duplicidad al infinito sin que en el proceso se pierda calidad. Es lo que se ha llamado la transición del átomo al bit (Scolari, 2008). Y en esta era del bit se instaura también una era de los «múltiples sin originales» (Krauss, 1996). Si bien al escribir esa frase, Rosalind Krauss no estaba pensando en la digitalización, sino que la emplea para referirse a la escultura de Auguste Rodin *Las Puertas del Infierno*, esa idea de la multiplicidad es una metáfora excelente para pensar las potencialidades de circulación que proponen estas tecnologías.

Ahora, esta *cultura* del bit, de lo digital / digitalizado, necesita ser *aprehendida*, requiere de competencias para su apropiación y es acerca de esto sobre lo que nos proponemos reflexionar en la Especialización en Comunicación Digital. Tendemos a naturalizar las tecnologías, pero estas no son naturales, son creaciones sociales que se insertan en relaciones con otras instituciones (Williams, 1992), y es desde la reflexión crítica del lugar que ocupan en nuestras cotidianidades desde donde pretendemos abordarlas.

Y esta presencia de lo tecnológico en nuestras rutinas es cada vez más importante. Ya no es solo la televisión el medio de comunicación más extendido (presente en el 99% de los hogares), sino que las computadoras ocupan un lugar cada vez más central. Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, que realiza el Sistema de Información Cultural de la Argentina dependiente de la Dirección Nacional de Industrias Culturales, en nuestro país ha crecido, considerablemente, el acceso y el uso de las tecnologías: el 71% de los argentinos tiene computadora (de este total, el 13% corresponde a *netbooks* del Programa Conectar Igualdad, lo que da cuenta de la importancia de las políticas públicas para generar equidad en los accesos), el 65% se conecta a Internet y el 60% lo hace desde su propia casa. Mientras que el teléfono fijo pierde terreno, el celular es otro de los protagonistas en los consumos tecnológicos; está presente en el 85% de los hogares, y a este dato hay que agregarle que, además de usarse para llamadas, para mensajes o como reproductor de música, en el 39% de los casos se usa para conectarse a Internet, lo que abre el acceso a otros consumos culturales que ya no pasan por los escenarios tradicionales, sino por el acceso en lo *online*.

El consumo en Internet lo encabezan las redes sociales, con el 57% de usuarios. Facebook se ha convertido en la página más visitada: el 55% de los argentinos consultados tiene un perfil en esta red social, mientras que el 13% tiene un perfil en Twitter. La segunda página más visitada es YouTube. Plataformas como Facebook, Twitter y YouTube son accesibles desde los celulares, lo que también ha permitido la extensión de las visitas a estos espacios. Otro consumo habitual es el de la música: el 49% de los encuestados descarga o escucha música a través de sitios *online*. Sin duda, esta es la industria que más se ha visto modificada por las culturas digitales, que ha llevado a cambiar, incluso, su modelo de negocio que ya no se centra, específicamente, en la venta del disco físico. La industria editorial, en cambio, según los datos de esta Encuesta, sería la menos transformada ya que el acceso a libros electrónicos es, comparativamente, más bajo. El acceso a información en diarios y en revistas digitales se ubica luego del consumo de redes sociales y de música, con el 37%. El consumo de televisión a través de la computadora es muy bajo, ya que no supera el 6%, mientras que el acceso a

series o a películas se acerca al 20%. En muchos hogares, sin embargo, se sigue utilizando el DVD, en el 48% como consumo secundario; es decir, luego de la televisión, que sigue siendo el principal dispositivo para el acceso a películas en el hogar (principalmente, a través de servicios de cable).

Un dato interesante es el número de *usuarios de cultura digital* –que en el marco de la Encuesta se definen como «aquellas personas que consumen regularmente creaciones culturales en formato digital», mientras que «la penetración de la cultura digital se define como el uso de al menos 1 soporte o dispositivo digital para cualquier industria cultural» (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2013: 23)– que alcanza al 69% de la población. La industria con mayor cantidad de este tipo de usuarios es la fonográfica, con el 58%. Los videojuegos también logran un porcentaje significativo, con el 24%. Este dato es interesante ya que los videojuegos introducen, centralmente, el complemento interactivo que caracterizaría a las audiencias de las culturas digitales, a las que Henry Jenkins define como «cazadores y recolectores, persiguiendo fragmentos de la historia a través de los canales mediáticos» (2008: 31).

Estos resultados dan cuenta de que si bien la televisión prevalece en los hogares en su forma tradicional, otras tecnologías están empezando a introducir nuevas maneras de consumir los bienes que nos ofrecen las industrias culturales. Entonces, los modos de consumo, pero también de producción y de circulación de los bienes simbólicos, se transforman. De allí la importancia de que el Estado impulse políticas tendientes a la democratización de los accesos, no sólo materiales (la tecnología nunca puede ser pensada como un simple aparato) sino, también, en relación con las competencias y los saberes que las constituyen.

Es importante señalar que las culturas digitales –pensadas en plural, porque existen distintas apropiaciones, usos, contextos– no son algo dado, son algo que se construye en el hacer. Siguiendo a Jesús Martín-Barbero, podemos sostener que las tecnologías son

[...] la materialización de la racionalidad de una cultura y de un modelo global de organización del poder [...]. Pero el rediseño es posible, si no como estrategia siempre al menos como táctica, en el sentido que esta tiene para de Certeau: el modo de lucha de aquel que no puede retirarse a «su» lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario (1991: 201).

Y ese rediseño es posible con conocimientos y con saberes, cuando se adquieren las competencias para transformar las lógicas de lo dominante por lógicas de lo propio. Antes señalábamos que espacios como Wikipedia han transformado los modos de concebir el saber, de entender las legitimidades; en este sentido, podemos pensar a Internet, a las tecnologías digitales, como potenciadoras de procesos de democratización, de procesos de masificación en el sentido no de la masa homogénea, sino de llegar a más personas. Pero, también, debemos señalar las brechas de accesos, materiales y simbólicos, la fuerte incidencia del mercado en Internet, la formación de corporaciones y de monopolios en ese espacio de lo *online*. Y es en este punto donde, distanciándonos de un discurso centrado en el liberalismo económico que propone la autorregulación (Argumedo, 1993), consideramos central la intervención del Estado para desarrollar políticas públicas y leyes que contribuyan a la equidad en los espacios de lo *online*.

EL ROL DEL ESTADO: DE LA MANO INVISIBLE A LA SOBERANÍA TECNOLÓGICA

Señalábamos que los resultados de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales dan cuenta de que el 13% de la penetración de las computadoras en los hogares corresponde a *netbooks* de Conectar Igualdad. Esta ha sido, sin duda, una de las políticas públicas vinculadas a la inclusión tecnológica que mayor extensión ha logrado al entregar casi cuatro millones de computadoras a estudiantes y a docentes de escuelas secundarias públicas, de educación especial y de institutos de formación docente. Computadoras que son llevadas al hogar y, por lo tanto, usadas no sólo desde una lógica escolar, sino principalmente *doméstica*, en el sentido de que se insertan en prácticas y en rutinas familiares y que exceden los usos que podrían prefijarse desde la institución escolar. Este aspecto del Programa Conectar Igualdad es muy significativo para pensarlo desde las culturas digitales en tanto transformación en los modos de articulación de los saberes y de los vínculos.

Además de favorecer el acceso a una computadora en el 13% de los hogares, Conectar Igualdad ha posibilitado –especialmente, desde agosto de 2012, cuando se lanzó Huayra-Linux– la visibilización y el uso del software libre. Pensado como un sistema operativo para las *netbooks* del programa estatal, Huayra ha logrado demostrar que el software libre no es un ámbito sólo de programadores y de hackers sino que es accesible a cualquier usuario. Los sistemas operativos libres, como Huayra, facilitan los procesos del compartir y colocan a los usuarios como diseñadores de sus propias lógicas; permiten el acceso a distintos paquetes de softwares que son desarrollados por comunidades de programadores extendidas por todo el mundo y no por corporaciones trasnacionales. Además, al ser de código abierto puede ser modificado en forma colaborativa.

Es importante señalar que este programa viene acompañado de otro proyecto impulsado desde el Estado: Program.AR, que tiene como objetivo acercar a los niños y a las niñas al desarrollo de programas de computadora.

No es lo mismo ser un usuario hábil con la tecnología que entender cómo funciona la tecnología. Sólo estos últimos pueden analizar de forma crítica aquello que el mercado ofrece, más allá de la opinión de los «expertos». Y tener su propia postura frente al tema (Program.AR, s/f: en línea)

Es decir, formar sujetos críticos que tengan las habilidades y las competencias para transformar las lógicas con las que las tecnologías vienen preseteadas e, incluso, crear sus propias tecnologías. Estos planes y programas de inclusión tecnológica se conciben en forma articulada, pensando las tecnologías de modo complejo y transdisciplinario, ya que se desarrollan y se ejecutan desde diferentes dependencias del Estado que incluyen el Ministerio de Educación, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva, el Ministerio de Planificación General (que ejecuta el Plan Nacional Argentina Conectada, que fortalece a todos estos programas), entre otras. Esta interparticipación da cuenta de una mirada global que piensa lo tecnológico en vínculo con la educación, con la ciencia, con el sistema productivo.

Son estos programas y estas iniciativas los que muestran el impulso que desde las políticas públicas se le está dando al desarrollo de softwares libres y abiertos y a la formación de programadores. Poder diseñar nuestras propias plataformas, nuestros propios programas, sin depender de aquellos creados por las corporaciones transnacionales, es un modo de cimentar la Soberanía Tecnológica y Digital, ya que nos permite crear desde nuestras propias lógicas y no desde lógicas impuestas. Esto se acompaña con la formación de los estudiantes en la apropiación de softwares libres y abiertos, lo que les da mayor autonomía al momento del uso de las computadoras y contribuye a la reflexión de que las tecnologías no son simples aparatos, sino que están atravesadas de ideologías, de formas de comprender el mundo, de relaciones de poder. Este debate se articula en la convicción de que no se puede dejar sólo en manos del mercado el diseño y el desarrollo de lo tecnológico.

LA IMPORTANCIA DE FORMAR COMUNICADORES PARA APREHENDER LAS TECNOLOGÍAS

A partir de reconocer los cambios culturales que introducen las tecnologías digitales y las estrategias de abordaje que está desarrollando el Estado, es posible identificar nuevos ámbitos de inserción laboral que requieren de la formación de profesionales de la comunicación que puedan pensar las tecnologías, críticamente, para ser capaces de analizar, de gestionar y de producir contenidos digitales.

En la Argentina, la formación en comunicación digital se limitaba a cursos y a capacitaciones que condensaban un cúmulo de herramientas sin lograr desarrollar perspectivas de pensamiento en torno a la comunicación en un contexto de culturas digitales. Además, y esto no es un dato menor, esta oferta se encontraba enmarcada, casi en su totalidad, en instituciones privadas, lo que generaba una limitación de acceso para quienes desearan formarse en este campo. Era necesario, entonces, desde un Estado que complejiza sus políticas públicas y que incluye el universo digital, que nuestra Facultad pudiera ofrecer un trayecto formativo complejo que habilitara nuevas discusiones sobre la comunicación digital, entendida como estrategia política y de transformación. La emergencia de conglomerados que se conforman en relación con la producción y la circulación de contenidos en Internet pone en tensión la supuesta libertad que dicen ofrecer las plataformas digitales y nos plantea el desafío de disputar esas lógicas concentradas del poder multimediático.

Nuevamente, el reto es no dejar la formación relativa a los espacios digitales, enteramente, en manos del mercado. Este es el rol que debe asumir la universidad pública: comprender los nuevos escenarios y desarrollar planes de estudio que den cuenta de las transformaciones, no desde el lugar de lo novedoso y lo instrumental (como podría ser enseñar el nuevo software o la nueva técnica), sino desde una mirada compleja, que entienda a las tecnologías en su proceso histórico y que forme, en el caso de nuestra Facultad, comunicadores con las competencias no sólo para la comprensión, sino, principalmente, para la transformación de esas culturas digitales que nos atraviesan y que nos constituyen.

UNA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL Y POLÍTICA PARA LA SOBERANÍA TECNOLÓGICA

Tal como indicaba Schmucler, «siempre [la] ciencia se vincula a una política» (1997: 133); por lo tanto, la mirada comunicacional que asumimos se articula con una postura política e ideológica acerca de los modos de comprender el Estado, lo educativo, los saberes. Pensar la comunicación en vínculo con la política implica, en primer lugar, desplazarse teóricamente de los medios a las mediaciones (Martín-Barbero, 1991); analizar lo comunicacional no desde un lugar instrumental, sino como parte constitutiva de la cultura, lo que conlleva prestarle atención al plano simbólico, pero sin desconocer las dimensiones materiales e históricas. Las tecnologías *son* en relación con el sentido social que se produzca de ellas. Esto corre el eje de lo estrictamente instrumental –el aparato en sí mismo– para centrar la atención y el interés en la apropiación de esos dispositivos por parte de los actores. No puede pensarse la técnica separada de la tecnología; esto es, de las competencias para su desarrollo y su uso (Williams, 1992).

Pero es importante, también, comprender que las tecnologías están condicionadas por relaciones de poder y, por lo tanto, contribuyen a generar desigualdades. Si bien no se parte de pensar negativamente el proceso tecnológico; se lo entiende en sus entramados, en sus contextos. Se observa que las tecnologías proponen *nuevos* modos de acceso al consumo de los bienes simbólicos, pero no por ello se pierden de vista las desigualdades. Sobre estas desigualdades actúan las políticas públicas y, en este contexto, la Especialización en Comunicación Digital pretende contribuir a ese rol del Estado formando desde la universidad pública a comunicadores que entiendan a las culturas digitales y a las tecnologías desde una mirada soberana.

Comprendemos la Soberanía Tecnológica y Digital como la necesidad de garantizar desde el Estado el acceso a las tecnologías; pero, también, de generar una soberanía de contenidos, de plataformas y de hardwares. Esta postura implica corrernos de la mirada del liberalismo económico que plantea la autorregulación del mercado, para comprender que la equidad en los accesos sólo puede lograrse si el Estado interviene con leyes; pero, también, con políticas públicas. Plantear a las tecnologías como una cuestión de Estado es reconocerlas en sus complejidades, en sus entramados de poder, en las apropiaciones diferenciadas que se hacen de ellas y en su vínculo con prácticas cotidianas. Entender que las tecnologías son *constitutivas de lo humano* y que, por lo tanto, nunca podrán ser neutrales o asépticas. Como comunicadores, debemos desentramar los sentidos de lo tecnológico para contribuir a construir nuestras propias estrategias de diseño, de apropiación y de uso. ■■■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARGUMEDO, Alcira (1993). *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*. Buenos Aires: Ediciones del Pensamiento Nacional.

BARICCO, Alessandro (2011). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.

FOUCAULT, Michel [1969] (1979). *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.

FOUCAULT, Michel (1999). «¿Que es un autor?» [conferencia brindada en 1969 ante la Sociedad francesa de Filosofía]. En *Entre filosofía y literatura*. Volumen I (trad. Miguel Morey). Barcelona: Paidós.

HINE, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

JENKINS, Henry (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

KRAUSS, Rosalind (1996). *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos*. Madrid: Alianza.

MARTÍN-BARBERO, Jesús [1987] (1991). *De los medios a las mediaciones*. México D. F.: Gustavo Gili.

PROYECTO DE CREACIÓN DE LA CARRERA ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL (2014). La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.

SCHMUCLER, Héctor (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos.

SCOLARI, Carlos (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

WILLIAMS, Raymond (1992). «Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales». En Williams, Raymond (ed.). *Historia de la comunicación* (pp. 182-209). Volumen 2. Barcelona: Bosch.

WILLIAMS, Raymond [1976] (2003). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad* (trad. Horacio Pons). Buenos Aires: Nueva Visión.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

DIRECCIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS CULTURALES (2013). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales* [en línea]. Recuperado de <<http://sinca.cultura.gob.ar/sic/publicaciones/libros/EECC.pdf>>.

GONZÁLEZ, Jorge (2007). «Cibercultur@ e iniciación en la investigación. Por una cultura de conocimiento». En González, Jorge (coord); Amozurrutia, José; Maass, Margarita (2007). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. México D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México [en línea]. Recuperado de <https://www.academia.edu/1761478/Cibercultur_at_e_iniciaci%C3%B3n_en_la_investigaci%C3%B3n>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2009). «Todo lo que sabemos, lo sabemos entre todos». *Cubadebate* [en línea]. Recuperado de <<http://www.cubadebate.cu/opinion/2009/11/10/todo-lo-que-sabemos-lo-sabemos-entre-todos>>.

MATA, María Cristina (1999). «De la cultura masiva a la cultura mediática». *Diálogos de la comunicación* (N.º 56), pp. 80-91 [en línea]. Recuperado de <<https://goo.gl/GjzRLo>>.

PLAN NACIONAL ARGENTINA CONECTADA [en línea]. Recuperado de <<http://www.argentinaconectada.gob.ar/>>.

PROGRAM.AR [en línea]. Recuperado de <programar.gob.ar/descargas/info-de-prensa-programar.pdf>.

PROGRAMA CONECTAR IGUALDAD [en línea]. Recuperado de <<http://www.conectarigualdad.gob.ar/>>.

PROGRAMA CONECTAR IGUALDAD. Huayra/Linux [en línea]. Recuperado de <<http://huayra.conectarigualdad.gob.ar/huayra>>.